

передачи такой информации заинтересованным потребителям. В данном аспекте следует говорить о региональном маркетинге, предполагающем комплексные маркетинговые исследования региональных рынков других стран и реальных запросов их потребителей как целостных потребителей продукции, деятельности целых регионов по сбыту товаров и предоставлению услуг как целостных образований, объединяющих множество производителей разнородной продукции.

Торговля без посредников - главный фактор перехода к новым формам торговли электронной коммерции

Паньшин Борис Николаевич

заведующий кафедрой менеджмента БГУ

Главой государства поставлены задачи по дальнейшему совершенствованию внешнеторговой деятельности, оптимизации и повышению «прозрачности» потоков вывозимой из Беларуси и ввозимой в республику высокодоходной и высоколиквидной продукции, в том числе товаров критического импорта и экспорта.

Экспортно-импортные операции с прибыльной продукцией зачастую неэффективны из-за цепочки многочисленных посредников, к которым вынуждены обращаться предприятия для решения проблем сбыта продукции. При этом каждое посредническое звено увеличивает конечную цену потребителя на 5-10%.

Решить проблему сокращения числа посреднических структур возможно только при использовании современных информационных технологий, инструментов и механизмов электронной торговли.

С этой целью предприятиям могут использовать различные модели и формы ведения бизнеса в Интернет: электронные витрины, электронные каталоги, электронные аукционы, Интернет – порталы, электронные торговые площадки.

Эти инструменты предлагаются рядом ведущих белорусских компаний, специализирующихся в сфере электронного бизнеса.

Использование возможностей Интернет для представления информации о предприятии, его продукции и услугах, а также для создания электронной торговой площадки, позволяет существенно (в 10 – 20 раз) сэкономить затраты на информирование о деятельности предприятия и рекламе продукции и услуг, а также осуществлять эффективный маркетинг и формирование ценовой политики.

Мировой опыт показывает, несмотря на то, что электронная торговля в общем товарообороте пока занимает 5—10%. Но никто от нее не отказывается, наоборот, пытается включиться в нее, потому что это создает совершенно новую информационную бизнес - среду. Если даже 1% сделок идет через ее механизмы, то 99% сделок совершаются благодаря электронной рекламе и электронному маркетингу. При этом создаются лучшие условия для создания прямых связей между товаропроизводителем и потребителем.

К слову, именно поэтому страны Европы и Америки на информационную поддержку своего экспорта тратят до 10% от выручки. Одновременно в десятки раз сокращаются издержки на внешнеторговый документооборот.

В республике этот процесс также идет. Если в 2001 г. только 720 предприятий имели свои представительства в Интернет, то сегодня – примерно 1500. В 2001 году у нас было 100 Интернет-магазинов, зарегистрированных в соответствии с белорусским законодательством, сегодня уже более 200. А по основным направлениям – нефтехимической, электротехнической промышленности, по лесо- и деревообработке количество Интернет-представительств возросло от 2 до 4 раз. Это говорит о том, что предприятия начинают понимать, насколько эти технологии важны для развития экспорта и сокращения издержек на продвижение продукции и услуг к потребителю.

При использовании Интернет процедура продвижения товаров и услуг значительно упрощается: покупатель имеет возможность самостоятельно изучить и проанализировать предложения, размещенные на портале, выбрать подходящие ему по условиям оплаты, поставки и комплектации товар или услуги, оперативно получить консультации.

Конечно, технология электронной торговли предполагает высокую степень доверия между компаниями, высокую прозрачность сделок и партнера, которому не лень и интересно этой прозрачности добиваться.

С использованием электронной торговли для предприятий начинается процесс восприятия новой бизнес - философии, основанной на Интернет и применении информационно – аналитических систем и технологий, эффективно выстраивающих деятельность предприятия относительно запросов Заказчика. Только в этом случае стратегия в увеличении экспорта и обеспечения его прозрачности может превратиться в практический результат.

Особенно эффективным для предприятий является использование «раскрученных» Интернет – порталов и их перекрестных взаимосвязей в разных странах и регионах.

В этом случае порталы и отраслевые торговые площадки образуют единую систему, своего рода "кристаллическую решетку", в которой товаропроизводитель начинает быстро ориентироваться. При этом благодаря унифицированной системе каталогизации товаров (представления их в соответствии с международными стандартами) возникают принципиально новые возможности электронной торговли, создается новый универсальный язык бизнес-общения, обслуживающий товаропроводящую сеть. Одновременно, предприятия естественно и заблаговременно преобразуют внешнеторговый документооборот в соответствии с нормами ВТО.

Комплексные работы по формированию системы информационного обеспечения внешнеэкономической деятельности, включая товаропроводящую сеть, предусмотрены в проекте Концепции развития электронной торговли на 2006 -2007 годы.

Ближайшая задача - запустить цепную реакцию использования предприятиями информационных технологий (привести в систему крупных поставщиков, которые приведут в нее своих клиентов, те - других поставщиков

и так далее). Сформировать на базе системы электронной торговли критическую массу пользователей и создать, к концу 2007 года, национальный портал по вопросам ВЭД и торговли.

Вторая актуальная задача – наращивать долю оперативных консалтинговых услуг (страхованию, логистике, обоснованию контрактных цен, маркетингу и т.д.) в структуре международной торговли.

Дело это очень перспективное. Несмотря на все возрастающее количество проблем в экономиках всех стран, один сектор, тем не менее, всегда демонстрирует оптимизм – это секторы информационных технологий и электронного бизнеса.

Оценка информационной готовности Республики Беларусь

Анищенко В.В.

*заместитель генерального директора по научной работе ОИПИ НАН Беларуси,
Дравица В.И.*

исполнительный директор Фонда информатизации Республики Беларусь

Введение. Всевозрастающие мощные информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) фундаментально изменили природу глобальных взаимоотношений, источников преимуществ конкуренции и возможностей для экономического и социального развития. Такие технологии, как Интернет, персональные компьютеры и беспроводная телефонизация повернули мир в сторону возрастающей взаимосвязанной сети личностей, организаций, образовательных учреждений и правительств, связывающихся и взаимодействующих друг с другом через разнообразные каналы. Расширение такой технологически управляемой глобальной сети привело к обществу, в котором фактически каждый и везде имеет потенциал к достижению преимуществ причастности к сети. Успех в информационном веке зависит от расширяющейся интеграции информационных и коммуникационных технологий в общество.

Новые ИКТ являются мощным, хотя и нейтральным инструментом, который может быть использован как информационный центр в любом государстве - его реальной силой, а, следовательно, лежит в его способности поддерживать развитие, которое приведет к долгосрочным социальным и экономическим достижениям. Если информационные и коммуникационные технологии используются эффективно, они могут помочь создать подготовленных, образованных и здоровых работников, что в свою очередь может создать живую и успешную экономику.

Ценность информационной сети увеличивается с ростом количества пользователей. Участвуя в глобальной информационной сети, развивающиеся страны могут не только добавить ценностей остальному миру, но и обогатиться на счет способности использовать сеть для контактов и торговли со всеми остальными пользователями.

В этом смысле, становится все более важным для Республики Беларусь быть готовой к информационно связанному миру.

Готовность к такому миру создает новые возможности для организаций и